

COMPETICIONES

MotoGP y Fórmula 1 se refuerzan con Consorzio Prosecco y Cyber1 como nuevos patrocinadores

La empresa de ciberseguridad será la encargada de defender la infraestructura digital de la competición automovilística, mientras que la compañía italiana descorchará las botellas en el motoclismo.

Palco23
8 feb 2019 - 17:51

Consorzio Prosecco se subirá al pódium de MotoGP durante los próximos tres años. La empresa suministrará las botellas de vino y cava que los corredores usan tras finalizar las carreras y también tendrá presencia en las zonas VIP de los circuitos. Los términos económicos del acuerdo no han sido expuestos.

“El acuerdo con MotoGP responde a nuestro objetivo de involucrarnos en eventos internacionales para ser reconocidos”, ha afirmado Stefano Zanette, presidente de Prosecco Doc Consorzio. Pau Serracanta, director de Dorna Sports, ha asegurado que espera que “este acuerdo se mantenga por mucho más años en el futuro”.

La Fórmula 1, por su parte, ha dejado en manos de Cyber1 la defensa de sus comunicaciones y redes con un contrato por cinco años. Es la primera vez que una empresa externa firma un acuerdo de características similares en materia de ciberseguridad.

Los términos económicos no han sido desgranados, aunque la compañía también se incorporará como consultora para implementar políticas de protección digital. Para Cyber1 la asociación con la F1 supone un nuevo nicho de mercado con alcance global.

PALCO23

Para Chris Roberts, director de infraestructura tecnológica de la competición es una oportunidad de “llegar al siguiente nivel y cambiar el escenario en materia de ciberseguridad en el deporte”. “La información tecnológica es la clave para que nuestros fans puedan estar lo más cerca posible de la acción con toda la seguridad en nuestros servicios”, ha añadido Roberts. Para Nick Viney, consejero delegado de Cyber1, “compartimos la misma visión en términos de ciber-resiliencia e innovación de producto”.